

〈2017 한국금융학회 동계 정책 심포지움〉

금융시장과 정부의 가격 개입

나이스정보통신 홍우선



지급결제 생태계 안에서 카드사는 甲인가? 乙인가?

아시아투데이

2014년 12월 11일

'삼성 vs 현대' 자존심 건 수수료 전쟁 막으려다

아시안투데이

2013년 카드사별 복합할부 취급액

	현대	삼성	신한	KB	롯데	우리
취급액(억)	1.9	1.3	0.6	0.2	0.4	0.1
점유율(%)	41.3	28.2	19.0	4.9	8.7	2.1
신용회계금융실적(억)	84.4	78.5	52.9	45.0	30.3	67.3
신용회계/C/D	0.7	1.6	3.1	1.0	0.1	0.3

43% 500%

한부금융사의 복합할부 취급실적 추이

복합할부금융사의 수수료율은 협상
치를 구해야만
고. 고객은 캐시

현대차·카드계 복합수수료를 2라운드

KB 이어 BC도...
김영을 **한국 삼성카드 협회**

자녀들 복합월부금은 수수료를 두고 저
계 순위 1~3위 삼성과 현대카드 간의 '자
존심 싸움'이 일파를 일으켰다.

10월 금융감독원 발표 복합월부 규모가 전
체 시장에서 28.7%로 3월 현대카드와 가맹점 계약
연장을 계기로 내년 3월 현대카드와 가맹점 계약
연장을 위한 협상 테이블에 올랐다.

복합월부 수수료로 불만을 품고있는 예금주는
보이지만 대형 카드사들의 가맹점별 계약 연
이 내년 초에 또 한번 있어 사실상 큰 개선
은 없었다. 특히 복합월부 규모가 큰 삼성
카드의 협상 결과가 사각이 채워질까.

가운데 될 것이라는 시각이 지배적이다.

현재 KB국민카드에 이어 BC카드도 현대
카드와 복합월부 수수료를 인하로 기각을 받았
다. 현재 인하 폭은 두 회사 중엔 9월 30일
했다. BC카드도 현대카드와 9월 계약을 연
가맹점 계약이 만료되지만 두 회사 간의
경쟁이 복합월부 수수료를 조정 협상을 이어
왔다.

8654
3000

그
사
조
사
사

그러나 BC카드의 복원할부 규모가 타 카드로서 비해 작은 만큼 사장의 관심은 줄어있고 삼성카드의 수수료율에 비해 여타 카드로 애용된 BC카드의 점유율에 가중으로 나머지 카드사들의 수수료율 수준이 결정될 것이라는 전망이 나온다.

앞서 워싱턴 신한카드도 복원할부 규모가 작아 시장에서 '신한카드'는 복원할부 규모가 작기 때문에 큰 이슈가 아니다. 우리보다 앞서 때문에 어떻게 할지에 따라 영향력이 줄어들 것이라며 삼성카드의 영향력을 언급했다.

	금액	상위
취급액(C)	1.9	1.3
결제율(%)	41.3	28.2
신용한도이용실적(D)	94.4	75.5
결제IC/D	0.7	1.0

	현대	삼성	신한	KB	우리	농협	신협	하나
취급액(억)	1.9	1.3	0.6	0.2	0.4	0.1	4.3	1.0
취급률(%)	41.3	28.2	13.0	4.3	8.7	2.1	90.8	2.4
신용카드/대출금	94.4	75.5	62.9	45.0	20.3	67.3	30.8	1.0
대출금/대출금	0.7	1.6	3.1	1.0	0.1	0.2	0.5	2.4

복합할부금원은 고객이 신용카드로 자
 처를 구매하면 카드사가 대금을 대신
 지불하며 고객이 매달 할부금으로
 고, 고객은 카드회사에 매달 정액씩 국내
 신용상품을 구매하면서 원금과 수수
 로 구성된 금액을 납부하는 방식이다.

점유율(%)	84.4	1.6
신용카드(이씨카드(C) 비씨카드(D))	0.7	1.6

현재가 카 KPC카드와의 수수료율 협상에서 '체크카드 수수료율'이라는 문구를 병기하면서 1.5% 수준으로 합의한 것으로 알려졌다. 체크카드에도 이를 적용해 수수료율을 낮추려 요구

매일경제

이를 알게 된
었다.

복합할부금원은 고객이 신용카드로 자동차를 구매하면 캐피탈사가 대금을 대신 내고, 고객은 캐피탈사에 매달 할부금을 내는 방식의 금융상품이다. 이 과정에서 국내 카드사들은 복합할부 상품을 판매해서 수수료를 받

카드결제 거부사태 오나...수수료 인상 '난항'

시행 일주일 앞두고 보험·병원·통신 반말에 금감원 검사 연기

1945년 8월 15일, 일본이 패배하고
 한국이 광복을 얻었다. 그러나
 한반도는 두 개의 세력으로
 분할되었다. 남쪽에는
 미국의 지원을 받은
 대한민국이, 북쪽에는
 소련의 지원을 받은
 조선민주주의인민공화국이
 건국되었다. 이 두 나라는
 1948년 8월 15일 각각
 정부를 수립하였다.

1. 1980년대 후반부터 시작된 '문화의 날'은
 2. 1990년대 초반부터 시작된 '문화의 날'은
 3. 1990년대 중반부터 시작된 '문화의 날'은
 4. 1990년대 후반부터 시작된 '문화의 날'은
 5. 2000년대 초반부터 시작된 '문화의 날'은
 6. 2000년대 중반부터 시작된 '문화의 날'은
 7. 2000년대 후반부터 시작된 '문화의 날'은
 8. 2010년대 초반부터 시작된 '문화의 날'은
 9. 2010년대 중반부터 시작된 '문화의 날'은
 10. 2010년대 후반부터 시작된 '문화의 날'은

1. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 2. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 3. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 4. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 5. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 6. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 7. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 8. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 9. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르
 10. 수업시간에 인상을 만들는 대를 가르

1월 10일
 1월 11일
 1월 12일
 1월 13일
 1월 14일
 1월 15일
 1월 16일
 1월 17일
 1월 18일
 1월 19일
 1월 20일
 1월 21일
 1월 22일
 1월 23일
 1월 24일
 1월 25일
 1월 26일
 1월 27일
 1월 28일
 1월 29일
 1월 30일
 1월 31일
 2월 1일
 2월 2일
 2월 3일
 2월 4일
 2월 5일
 2월 6일
 2월 7일
 2월 8일
 2월 9일
 2월 10일
 2월 11일
 2월 12일
 2월 13일
 2월 14일
 2월 15일
 2월 16일
 2월 17일
 2월 18일
 2월 19일
 2월 20일
 2월 21일
 2월 22일
 2월 23일
 2월 24일
 2월 25일
 2월 26일
 2월 27일
 2월 28일
 2월 29일
 3월 1일
 3월 2일
 3월 3일
 3월 4일
 3월 5일
 3월 6일
 3월 7일
 3월 8일
 3월 9일
 3월 10일
 3월 11일
 3월 12일
 3월 13일
 3월 14일
 3월 15일
 3월 16일
 3월 17일
 3월 18일
 3월 19일
 3월 20일
 3월 21일
 3월 22일
 3월 23일
 3월 24일
 3월 25일
 3월 26일
 3월 27일
 3월 28일
 3월 29일
 3월 30일
 3월 31일
 4월 1일
 4월 2일
 4월 3일
 4월 4일
 4월 5일
 4월 6일
 4월 7일
 4월 8일
 4월 9일
 4월 10일
 4월 11일
 4월 12일
 4월 13일
 4월 14일
 4월 15일
 4월 16일
 4월 17일
 4월 18일
 4월 19일
 4월 20일
 4월 21일
 4월 22일
 4월 23일
 4월 24일
 4월 25일
 4월 26일
 4월 27일
 4월 28일
 4월 29일
 4월 30일
 5월 1일
 5월 2일
 5월 3일
 5월 4일
 5월 5일
 5월 6일
 5월 7일
 5월 8일
 5월 9일
 5월 10일
 5월 11일
 5월 12일
 5월 13일
 5월 14일
 5월 15일
 5월 16일
 5월 17일
 5월 18일
 5월 19일
 5월 20일
 5월 21일
 5월 22일
 5월 23일
 5월 24일
 5월 25일
 5월 26일
 5월 27일
 5월 28일
 5월 29일
 5월 30일
 5월 31일
 6월 1일
 6월 2일
 6월 3일
 6월 4일
 6월 5일
 6월 6일
 6월 7일
 6월 8일
 6월 9일
 6월 10일
 6월 11일
 6월 12일
 6월 13일
 6월 14일
 6월 15일
 6월 16일
 6월 17일
 6월 18일
 6월 19일
 6월 20일
 6월 21일
 6월 22일
 6월 23일
 6월 24일
 6월 25일
 6월 26일
 6월 27일
 6월 28일
 6월 29일
 6월 30일
 7월 1일
 7월 2일
 7월 3일
 7월 4일
 7월 5일
 7월 6일
 7월 7일
 7월 8일
 7월 9일
 7월 10일
 7월 11일
 7월 12일
 7월 13일
 7월 14일
 7월 15일
 7월 16일
 7월 17일
 7월 18일
 7월 19일
 7월 20일
 7월 21일
 7월 22일
 7월 23일
 7월 24일
 7월 25일
 7월 26일
 7월 27일
 7월 28일
 7월 29일
 7월 30일
 7월 31일
 8월 1일
 8월 2일
 8월 3일
 8월 4일
 8월 5일
 8월 6일
 8월 7일
 8월 8일
 8월 9일
 8월 10일
 8월 11일
 8월 12일
 8월 13일
 8월 14일
 8월 15일
 8월 16일
 8월 17일
 8월 18일
 8월 19일
 8월 20일
 8월 21일
 8월 22일
 8월 23일
 8월 24일
 8월 25일
 8월 26일
 8월 27일
 8월 28일
 8월 29일
 8월 30일
 8월 31일
 9월 1일
 9월 2일
 9월 3일
 9월 4일
 9월 5일
 9월 6일
 9월 7일
 9월 8일
 9월 9일
 9월 10일
 9월 11일
 9월 12일
 9월 13일
 9월 14일
 9월 15일
 9월 16일
 9월 17일
 9월 18일
 9월 19일
 9월 20일
 9월 21일
 9월 22일
 9월 23일
 9월 24일
 9월 25일
 9월 26일
 9월 27일
 9월 28일
 9월 29일
 9월 30일
 10월 1일
 10월 2일
 10월 3일
 10월 4일
 10월 5일
 10월 6일
 10월 7일
 10월 8일
 10월 9일
 10월 10일
 10월 11일
 10월 12일
 10월 13일
 10월 14일
 10월 15일
 10월 16일
 10월 17일
 10월 18일
 10월 19일
 10월 20일
 10월 21일
 10월 22일
 10월 23일
 10월 24일
 10월 25일
 10월 26일
 10월 27일
 10월 28일
 10월 29일
 10월 30일
 10월 31일
 11월 1일
 11월 2일
 11월 3일
 11월 4일
 11월 5일
 11월 6일
 11월 7일
 11월 8일
 11월 9일
 11월 10일
 11월 11일
 11월 12일
 11월 13일
 11월 14일
 11월 15일
 11월 16일
 11월 17일
 11월 18일
 11월 19일
 11월 20일
 11월 21일
 11월 22일
 11월 23일
 11월 24일
 11월 25일
 11월 26일
 11월 27일
 11월 28일
 11월 29일
 11월 30일
 12월 1일
 12월 2일
 12월 3일
 12월 4일
 12월 5일
 12월 6일
 12월 7일
 12월 8일
 12월 9일
 12월 10일
 12월 11일
 12월 12일
 12월 13일
 12월 14일
 12월 15일
 12월 16일
 12월 17일
 12월 18일
 12월 19일
 12월 20일
 12월 21일
 12월 22일
 12월 23일
 12월 24일
 12월 25일
 12월 26일
 12월 27일
 12월 28일
 12월 29일
 12월 30일
 12월 31일

로선에서 이렇듯 조선을
문제는 일부 염증을 지니
전전될 개미를 보지 않을
문수수를 채워 개민(開民)
22일부터는 일부 개
나면 자와 여가드
고 있는 상환이다.

[illegible]

삼의 일반가용점 중소상
이 내달부터 0.5%~1%

인물이 카드수수
의 수수료를

여성소비자신문
www.wscn.co.kr

카드사 순위 감소의 본질은 대형 가맹점 퍼주기

1역점소비자전원조사장관인원회(위원장)는 27일 청야서를 내고 카드 수수료를 27% 인하할 것을 촉구했다.

나선 카드사들을 향해 "우주별점 적립률은 27% 인하할 것을 촉구한다."

앞부 인원에 따르면, 가맹점 수수료 인하 청

에 대해서도 앞으로 다음달 국회에서 가

나서고 밝히고 소관공인원회(위원장)에

인원회 "사실과 전혀 다른 내용

을 수월하게 도출한 것으로 미루어

하고, 도출한 불합합을 확립

도 수수료

국회와 손잡고 대형점 여

기대할

2014년 12월 15일
0000 (금) 09:40

2월부터 일반
있었다"

가맹점 카드



“카드사 담합 있었다”

018-01-26 15:30:38

[illegible]

국내 신용카드 시장 : 양면시장 & 금융 Infra

■ 양면시장으로서의 신용카드 시장

❖ 가격구조의 비중립성

現 신용카드 시장은 수익자 부담 원칙 위배
(가맹점수수료에 회원 혜택이 포함되어 부과)

회원

- 금융혜택 포함 다양한 부가서비스 향유 (포인트, 할인 등)
- But, 이용 수수료 부담 ↓

가맹점

- 양면시장 특성인 교차 네트워크 효과 제한적 (가격 차별 금지 등)
- But, 가맹점수수료 부담 ↑

❖ **일률적·경직된 수수료 체계 →**
수익자 부담 원칙에 기초한 수수료 체계

■ 금융 Infra로서의 신용카드 시장

❖ 시장 실패 시 경제적 파급효과 막강

■ 2003년 카드 사태

카드시장 붕괴, 저신용자 연체 급등

■ 2014년 개인정보 유출 사태

사상 최대 고객 정보 유출, 보안 통제 강화

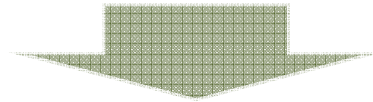
❖ 시장 실패 시 사회·경제적 파급력 감안

신중한 정책 시행 필요

❖ 정부 주도 신용카드 사용 활성화 정책으로
보편적인 결제수단화

I. 정부 개입의 필요성

- Q1. 신용카드 시장에 정부의 직접적인 가격 개입이 필요할 정도로 가격기구 오작동의 요인이 존재하는가?



❖ 과점시장적 특징

⇒ 의무수납제, 가격차별금지로 인해 카드사의 과점구조로 인한 묵시적 담합 가능성 상존.

❖ 협상력의 불균형

⇒ 가맹점 Side : 대형 가맹점 vs. 중소·영세 가맹점 간 협상력의 현격한 차이.

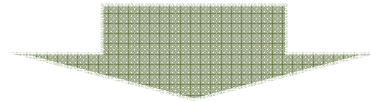
⇒ 동일 서비스에 대해, 가맹점 규모에 따른 가격 왜곡, 가격 편차 발생가능성 높음.

❖ 시장논리(박리다매 & Risk-Return) vs. 사회정의(약자 보호) 불일치 발생

⇒ 정부 개입이 없으면 형평성의 문제 발생으로 사회적 갈등 야기 등 부작용 개연성 높음.

Ⅱ. 정부 개입·통제 방식의 적정성

- Q2. 그러한 요인이 존재 한다면 정부 개입에 의한 가격에 대한 직접적인 통제가 최선의 방법인가?



- ❖ 금융시장, 특히 신용카드 시장은 수량 규제의 어려움, 의무수납제 등 제도적인 이슈 및 가맹점 간의 협상력 차이로 인해 정부의 가격 규제 필요성이 상대적으로 높은 시장임.
- ❖ 이에, 이론적으로 사회후생 손실을 없애 효율성이 확보된다는 전제 하에 당사자간의 합의에 의한 가격 조정 방식이 최선일 수 있으나, 시장 실패 가능성이 높은 現 상황 하에서는 정부 개입에 의한 직접 통제 방식이 차선택이 될 수 있음.
- ❖ 다만, 대형 가맹점 시장과 중소영세 가맹점 시장은 그 특성이 완전히 다른 시장일 수 있으며, 시장 특성에 적합한 정교화된 정책이 시행되어야 정부실패와 부작용 최소화 가능.

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

- Q3. 정부의 가격에 대한 개입이 의도한 결과를 결과할 것인가?
의도하지 않은 부작용이 발생할 가능성은 없는가?

❖ 정책의 효과성 판단 기준은 아래 세가지임.

1

가격구조는 객관적이고 공정하였는가?

2

목적한 결과를 달성했는가?

3

시장 참여자 일방에게 과도한 희생을 요구하지 않았는가?

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

1

가격구조는 객관적이고 공정하였는가?

- 신용카드 가맹점 수수료율 산정 방식 (적격비용 + 마진)

구 분			가맹점별 차이	결정 주체
기본수수료	거래금액당 비용	자금조달비용	전 가맹점 동일	적격비용 산출에 의한 정부 통제
		위험관리비용		
		일반 관리비		
		가맹점 공통 마케팅비용		
	거래건당 비용	거래승인/매입정산 등 비용	가맹점별 차이	
특정가맹점 마케팅 비용	무이자 할부 서비스		특정 가맹점 지정	
	할인 서비스			
카드사 마진			가맹점별 차이	카드사 자율

- ❖ 카드업계의 참여를 통해 가맹점 수수료율에 반영할 주요 비용 항목을 추출하고, 각 항목 별 원가 동인을 반영하여 적격비용을 3년 주기로 산정하는 구조
- ❖ 다만, 과도한 비용지출 유인 상존함에 따라 적격비용 산정 방식을 지속적으로 개선하여 정교화·합리화 하는 것이 바람직.

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

2

목적한 결과를 달성했는가?

■ 가맹점별 신용카드 수수료 기준

구분	연 매출액	가맹점 수수료율 상한 신용 / 체크	대상 가맹점 수
영세 가맹점	3억원 이하	0.8% / 0.5%	197.8만
중소 가맹점	3억원 초과 ~ 5억원 이하	1.3% / 1.0%	20.1만
대형 가맹점	5억원 초과	2.5% / 1.5%+계좌이체수수료율	31.0만

❖ 가맹점 규모에 따른 수수료율 차등 적용으로, 신용카드 서비스의 공공성 확보라는 정책적 목표 달성

- ✓ 영세·중소 가맹점의 경우, 우대 수수료율 적용을 통해 가맹점주 수수료 부담을 크게 경감
- ✓ 대형 가맹점의 경우, 적격비용 이상의 수수료 부과 의무화를 통해 영세·중소 대비 높은 수수료를 부과, 이를 재원으로 영세·중소 가맹점 지원 기반 마련

❖ 국내 카드 사용량 증가로 민간 소비 지출 증대 및 경제 활성화에 기여 ('16년 카드사용율 70.7%)

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

3

시장참여자 일방에게 과도한 희생을 요구하지 않았는가?

- ❖ 대한민국 신용카드 산업은 그 태동에서부터 사회적 효익과 정책적 목표 달성을 위한 강력한 개입을 전제하고 있었음. (Ex. 여신전문금융업법상 “의무수납제”, “가격차별금지제”)
- ❖ 정책적 개입과 통제가 불가피한 시장이며 현재까지는 정책 순기능적 효과가 높았음. 다만, 최근 급격한 수수료 인하 및 우대 수수료를 적용 받는 영세·중소 가맹점 비중 증대 (88% 수준)로 신용카드업 생태계 내 정책 부작용 (시장 참여자들 간 갈등, 산업 몰락 등) 이 발생하기 시작
- ❖ 이에, “신용카드사, 가맹점, 소비자”라는 3 당사자를 넘어서, 신용카드업 관련 생태계 전반의 시장 참여자(Ex. VAN대리점, VAN사업자, POS/CAT 단말기 제조사, SW 제조사 등)까지 고려한 정책 수립 및 조정 기능 필요

IV. 제언

1

가맹점 수수료율 (Merchant Discount Rate) 관련 인식 전환 필요

- ❖ 가맹점 수수료율은 “Merchant Discount Rate”로, 카드사가 가맹점에 신용카드 매출채권 할인을 통해 자금을 先 지급해주고 관련 Risk를 대신 부담하는 카드 본연의 기능에서 비롯된 것임에도, 최근 카드업계의 마케팅 비용 과다 사용 측면 등이 부각되며 카드 본질적인 기능이 간과되고 있음.
- ❖ 우대 수수료 등 정책 수립 시 카드업이 제공하는 본연의 기능을 다할수 있도록 충분한 고려가 필요

2

가맹점 수수료 구조의 다양화 용인

- ❖ 가맹점에 대한 단일 수수료 체계를 탈피하여, 해외 선진국의 수수료 체계를 참고로 하여 다양한 부가 서비스 (거래처 및 고객 관리, 각종 증명서 발급, 신규 결제 서비스 개발비 등)에 대한 별도 수수료 체계 허용 (수익자 부담 원칙)

3

시장개입 정책의 정교한 설계 및 관련 생태계 구성원 전반에 대한 고려 필요

- ❖ 가맹점 수수료율 적격비용·우대가맹점 기준 등 정책 수립 과정에서, 시장 전체에 다방면으로 미치는 중장기적 영향을 파악하기 위해 시장 정보의 폭넓은 수집 및 분석 필요
- ❖ 3 당사자에 국한하지 않은, 다양한 시장참여자 각각의 역할을 충분히 고려한 지급결제 시스템의 중장기적 발전 계획 제시 필요